

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Borisova, Vl. Essential Characteristics And Market Of The Creative Industries' Product / Vl. Borisova // Economic Alternatives. — 2018. — N 1. — P. 113—122.
2. Murphy, A. How can Belarus's IT sector impact its international standing? / A. Murphy [Electronic resource] // Minsk Dialogue. — 05.02.2020. — Mode of access: <http://minskdialogue.by/en/research/memorable-notes/how-can-belarus-s-it-sector-impact-its-international-standing>. — Date of access: 10.08.2022.
3. Мацевич-Духан, И. Я. Картографирование креативной экономики Республики Беларусь / И. Я. Духан // Бизнес. Образование. Экономика: Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 2 апреля 2020 г.: сб. ст. В 2 ч. Ч. 1 / редкол.: В. В. Манкевич (гл. ред.) [и др.]. — Минск: Ин-т бизнеса БГУ, 2020. — С. 111—116 // [Электронный ресурс] — Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/250672>. — Дата доступа: 12.08.2022.
4. Концепция государственной программы инновационного развития Республики Беларусь на 2021—2025 гг. [Электронный ресурс] // Белорусский институт системного анализа и информационного обеспечения научно-технической сферы. — Режим доступа: <http://belisa.org.by/pdf/2020/GPIR.pdf>. — Дата доступа: 15.08.2022.

НОВЫЕ РЕАЛИИ И НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ БЕЛАРУСИ В КОНТЕКСТЕ УКРЕПЛЕНИЯ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ С КИТАЕМ

А. Ю. Савиных

Открытое акционерное общество
«Агентство внешнеэкономической деятельности»,
пр. Машерова, 35, 220002, г. Минск, Беларусь,
e-mail: anastasiasavinyh99@gmail.com

Рассмотрены показатели взаимного товарооборота между странами, а также основных экспортных позиций в Китай. Описаны основные перспективные аспекты для дальнейшей проработки развития экспорта в Китай, такие как имидж и узнаваемость белорусского продукта, выход белорусских товаров на китайские платформы электронной коммерции, оптимизация и развитие логистики, использование функции предзаказа и пр. Перечислены основные сложные аспекты развития экспорта в Китай, например сложности с процедурой доступа белорусской продукции на китайский рынок электронной коммерции (e-commerce), санкционное давление, слабая узнаваемость белорусских товаров, высокая конкуренция на китайском рынке, высокие логистические издержки и пр.

Ключевые слова: экспорт в Китай; белорусский экспорт; национальный бренд Беларуси; рынок электронной коммерции.

NEW REALITIES AND NEW OPPORTUNITIES FOR BELARUS IN THE CONTEXT OF STRENGTHENING TRADE AND ECONOMIC RELATIONS WITH CHINA

A. Y. Savinykh

*Agency of International Business Development JSC,
Masherov Avenue, 35, 220002, Minsk, Belarus,
e-mail: anastasiasavinyh99@gmail.com*

The indicators of mutual trade between the countries, as well as the main export positions to China, are considered. The main promising aspects for further development of exports to China are described, such as the image and recognition of the Belarusian product, the entry of Belarusian goods to Chinese e-commerce platforms, the optimization and development of logistics, the use of the pre-order function, etc. The main complex aspects of the development of exports to China are also described. Such as difficulties with the access procedure for Belarusian products to the Chinese e-commerce market, sanctions pressure, poor recognition of Belarusian goods, high competition in the Chinese market, high logistics costs, etc.

Keywords: export to China; Belarusian export; national brand of Belarus; e-commerce market.

В 2022 г. Республика Беларусь и Китайская Народная Республика отмечают 30-летие с момента установления дипломатических отношений между двумя странами. За данный период времени страны прошли путь от двустороннего взаимодействия до доверительного всестороннего стратегического партнерства и взаимовыгодного сотрудничества.

В последние годы в торговом сотрудничестве с Китаем отмечается положительная динамика, связанная с изменением структуры белорусского товарного экспорта: расширяется товарная номенклатура за счет продукции отраслей обрабатывающей промышленности, возрастает торговля сельскохозяйственной продукцией и продуктами питания (Беларусь за пять месяцев этого года увеличила поставки в Китай продуктов питания на 80 % по отношению к аналогичному прошлогоднему периоду), снижается зависимость от экспорта сырьевых товаров и нефтехимии. Отмечается, что Республика Беларусь имеет высокий потенциал развития экспорта продуктов, в том числе экологических продуктов в Китай, в связи с рядом обстоятельств.

1. Рост объема белорусского экспорта в Китай.
2. Рост интереса потребителей из Поднебесной к здоровой и качественной пище, экологическим продуктам.
3. Недоверие китайских покупателей к экологическим продуктам местного производства.
4. Жители Китая любят пробовать новое.
5. Наблюдается увеличение количества потребителей товаров премиум и люкс сегмента [1].

К числу основных сложных аспектов развития экспорта в Китай следует отнести следующие.

1. Наблюдаются сложности с процедурой доступа белорусской продукции на китайский рынок электронной коммерции (*e-commerce*), требуется их упрощение и ускорение. Возникают трудности заполнения заявки на сертификацию продукции при регистрации, сбор и оформление требующихся документов; длительный регламентный срок прохождения данной процедуры (90 дней); при импорте в Китай пищевой продукции необходимо прохождение сертификации каждой этикетки и получение соответствующих сертификатов (стоимость одной — 2300 юаней); длительный срок данной процедуры (60 календарных дней); проблемы с освоением особенностей таможенного контроля при ввозе пищевой и сельскохозяйственной продукции территорию Китая (получение карантинного разрешения, открытие регистрационного досье) [1].

2. Санкционное давление не дает должным образом использовать потенциал инициативы «Один пояс, один путь». В первую очередь речь идет о прервавшейся логистической цепочке в Европу. Китайская сторона не проявляет прежнего интереса, отказывает в преференциальных условиях поставок белорусской продукции, инвестиций в страну стало меньше. Плюс, увеличение логистических издержек (ранее ситуация была проще, можно было использовать недогруженные поезда, покидающих ЕС).

3. Слабая узнаваемость белорусских товаров. Требуется разработка единых брендов белорусской продовольственной и промышленной продукции, а также дальнейшее продвижение этих брендов на китайском рынке.

4. Китайский рынок перенасыщен, наблюдается высокая конкуренция. Белорусским товарам трудно конкурировать в цене, рассматривается возможность выхода только на провинциальные рынки КНР.

5. Отсутствие профильной подготовки белорусских предприятий к выходу на китайский рынок (требуется разработка экспортоориентированной продукции, с учетом специфики рынка КНР). Белорусские предприятия, которыми заинтересованы потенциальные китайские партнеры, должны проявлять больший энтузиазм в развитии взаимовыгодного сотрудничества с КНР, путем создания специальных экспортоориентированных партий продукции, с учетом предпочтений китайской стороны;

6. Высокие логистические издержки, в связи с санкционным давлением и относительно невысокой пропускной способностью железнодорожных перевозок, для последующей оперативной и экономичной организации контейнерных перевозок. После введения санкций, стоимость доставки продукции заметно увеличилась, тем самым сделав белорусскую продукцию еще менее конкурентной на китайском рынке, по итогу ведя к увеличению отрицательного внешнеторгового сальдо между странами.

Выделим основные аспекты для проработки дальнейшего развития экспорта в Китай.

1. Уделить должное внимание имиджу и узнаваемости нашего продукта. Для этого требуется разработка единых брендов белорусской продовольственной и промышленной продукции, с возможным последующим созданием Национального дистрибьютера в КНР, который объединит товары от белорусских производителей на общенациональной площадке.

2. В связи с успешным открытием Цифрового Национального павильона Беларуси на платформах «*Jing Dong*» и «*Dou Yin*» (у размещенных на них белорусских товаров через час продаж появилась метка *sold out* (продано)), требуется дальнейшая проработка вопроса открытия Национального павильона Беларуси на портале «*Alibaba*» (на доменном имени *www.1688.com*), при содействии Национального дистрибьютера в КНР. Национальный павильон в перспективе будет объединять десятки компаний, торгующих белорусскими товарами в формате *B2B*.

3. Учет актуальной информации по возрастной выборке и разновидности социального статуса заинтересованных групп потребителей при продвижении и рекламных кампаниях продуктов, проведение маркетинговых исследований по регионам КНР.

4. Вход на рынок требуется начинать не с самых крупных городов Китая. Если товар дорого стоит в Поднебесной и других странах, значит, например, в Шанхае он будет стоить еще дороже. Для начала требуется рассматривать менее крупные города. У жителей этих городов есть деньги и интерес к новым продуктам. Организация там онлайн и офлайн продаж будет дешевле.

5. Оптимизация и развитие логистики, за счет повышения пропускной способности железнодорожных перевозок, для последующей оперативной и экономичной организации контейнерных перевозок.

6. Создание постоянных демонстрационно-дегустационных павильонов (при посольстве и консульствах Республики Беларусь в Китайской Народной Республике, представительствах белорусских компаний в КНР).

7. С целью своевременного реагирования на претензии и пожалования потребителей и их дальнейшего удержания, требуется производить оперативный сбор обратной связи покупателей экопродуктов.

8. Использование функции предзаказа.

9. Проработка вопросов удобства систем платежей.

10. Обеспечение общения с покупателями на всех возможных платформах [1].

Таким образом, несмотря на вышеизложенные трудности, сотрудничество с Китайской Народной Республикой является одним из приоритетных векторов внешней политики Республики Беларусь.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

1. Выход на рынок Китая: подробная информация для экспортеров [Электронный ресурс] // Фонд поддержки экспорта Московской области. — Режим доступа: <https://exportmo.ru/china>. — Дата доступа: 25.08.2022г.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В УСЛОВИЯХ САНКЦИОННОГО ДАВЛЕНИЯ

А. В. Сибирская

*Институт экономики НАН Беларуси,
ул. Сурганова, 1/2, 220072, г. Минск, Беларусь*

Залогом успешного инновационного развития любой страны и ее экономического роста является наличие внешнеэкономической деятельности. Республика Беларусь является страной с открытой экономикой, успешно осуществляющей внешнюю торговлю. При это динамика внешней торговли в стране нестабильная. Так, например, в развитии внешней торговли в 2016–2018 гг. наблюдалась положительная динамика, которая сменилась на отрицательную с 2019 года. Будучи членом ЕАЭС Беларусь может заключать двусторонние соглашения о свободной торговле услугами и взаимных инвестициях. Для обеспечения возможностей по наращиванию республикой экспорта услуг одним из условий выступает детальная проработанность международной договорно-правовой базы по доступу на внешние рынки услуг и защите отечественного рынка.

Ключевые слова: внешняя торговля; санкции; географическая структура торговли; ЕАЭС; экспорт; импорт; сальдо

PROMISING AREAS OF FOREIGN TRADE OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN THE CONDITIONS OF SANCTIONS PRESSURE

A. V. Sibirskaya

*Institute of Economics of the National Academy of Sciences of Belarus,
Surganova str., 1/2, 220072, Minsk, Belarus*

The key to the successful innovative development of any country and its economic growth is the presence of foreign economic activity. The Republic of Belarus is an open economy country that successfully carries out foreign trade. At the same time, the dynamics of foreign trade in the country is unstable. For example, there was a positive trend in the development of foreign trade in 2016–2018, which changed to a negative one in 2019. As a member of the EAEU, Belarus can conclude bilateral agreements on free trade in services and mutual investments. In order to provide opportunities for the republic to increase exports of services, one of the conditions is a detailed elaboration of the international contractual and legal framework for access to foreign markets of services and protection of the domestic market.

Keywords: foreign trade; sanctions; geographical structure of trade; EAEU; export; import; balance